

Las promesas del imaginario Internet: las comunidades virtuales

Vayreda i Duran, Agnès

Veröffentlichungsversion / Published Version
Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Vayreda i Duran, A. (2004). Las promesas del imaginario Internet: las comunidades virtuales. *Athenea Digital: Revista de Pensamiento e Investigación Social*, 5, 57-78. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-64970>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under Deposit Licence (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

Las promesas del imaginario Internet: las comunidades virtuales

The promises of the imaginary Internet: the virtual communities

Agnès Vayreda i Duran

Universitat Oberta de Catalunya

Grupo de investigación Gircom

Internet Interdisciplinary Institute (IN3).

avayreda@uoc.edu

Resumen

Abstract

Este texto se propone encontrar una respuesta a la pregunta sobre la atracción que ejerce Internet. *The aim of this paper is to try and find an answer to the question of why the Internet is such an attractive medium, indagando en las promesas que este dispositivo nos ofrece. One of the depara. Una de las promesas que goza de mayor popularidad es la posibilidad de crear comunidades virtuales. Esta se ha ido construyendo a lo largo de más de sesenta años de desarrollo de diversos programas, de tres décadas de diseños técnicos, experiencias y proyectos comunitarios como las primeras y restringidas comunidades de expertos en informática Arpanet y Usenet, las populares BBs y, más recientemente, la diversidad de proyectos comunitarios más o menos exitosos que proliferan en Internet.*

First, I will present a short historical survey of some of the discourses of the first designers and users, in order to try to present the context from which these promises have emerged. Second, I have attempted to relate these expectations to the emblematic text of Rheingold on VC. In third place, I have attempted to connect his expectations with the text which covers the most popular experiences of CVs, the emblematic text of Rheingold on CV which covers the most popular experiences of CVs during the 80s. My aim is to identify, via examples of popular CVs of the 80s and in this is not a detailed study, some of the aspects of this EEUU. My objective is to identify, as an example, some of the promises which are present in varying degrees in the current virtual communities.

En primer lugar, he realizado un pequeño recorrido histórico por algunos de los discursos de los primeros diseñadores/as y usuario/as con el fin de mostrar el contexto de gestación de esta promesa. En segundo lugar, he intentado conectar sus expectativas con el texto emblemático de Rheingold sobre CV que recoge las experiencias más populares de CV de los años 80 y en este no se trata de un estudio exhaustivo, algunos de los contenidos de esta promesa que, a mi modo de ver, atraviesan con más o menos ímpetu, los proyectos actuales de comunidades virtuales.

Palabras clave: Comunidades virtuales, imaginario Internet, comunicación mediada por ordenador (CMO), apropiación. *Keywords: Virtual Communities, the Imaginary of Internet, Computer Mediated Communication (CMC), Appropriation.*

Imaginando Internet

“(…) jamás se vio un grupo que no asimilase un objeto creado por él. Y las redes de comunicación ahora reclutan, para su conexión pública, a la humanidad casi entera, que se convierte así en el sujeto de la obra al mismo tiempo que en su objeto” (M. Serres).

¿Dónde reside el poder de atracción de Internet? ¿Qué promesas esconde este dispositivo técnico que ha provocado y sigue motivando que una buena parte de nuestra sociedad, en todas sus múltiples y variadas manifestaciones, se lo esté apropiando para fines tan diversos? ¿Sobre qué representaciones distintos actores sociales – informáticos, académicos, políticos y activistas, gente corriente-- se comprometieron y siguen comprometiéndose con la *comunicación mediada por el ordenador* (CMO)?

En vez de buscar las respuestas a estas preguntas en las necesidades que las tecnologías de la CMO cubren, cumplen o suplen en nuestra sociedad, podemos optar por un camino alternativo: indagar en el imaginario colectivo. C. Castoriadis nos lo recuerda: “la vida del mundo moderno responde tanto a lo imaginario como cualquiera de las culturas arcaicas o históricas” (Castoriadis, 1983: 271). Y añade que “la visión funcionalista no puede cumplir su programa más que si se otorga un criterio de ‘realidad’ a las necesidades de una sociedad. ¿De donde lo sacará? (...) Una sociedad no puede existir más que si una serie de funciones se cumplen constantemente (producción, parto y educación, gestión de la colectividad, regulamiento de los litigios, etc.) pero no se reduce a esto, ni sus maneras de hacer frente a estos problemas le son dictadas de una vez por todas por su ‘naturaleza’; la sociedad inventa y define para sí tantos nuevos modos de responder a sus necesidades como nuevas necesidades” (Castoriadis, 1983: 200).

En la actualidad, el imaginario colectivo se encuentra en el corazón mismo del debate técnico: “El determinismo tecnológico ha dejado de ser un mero concepto de aparición intermitente a lo largo del pensamiento político del siglo XX, para convertirse, de hecho, en parte del imaginario colectivo sobre la tecnología. Y queda continuamente corroborado cuando, curiosamente, tanto desde posiciones tecnófobas como tecnófilas, se insiste en la *inexorabilidad* del desarrollo tecnológico” (Aibar, 2002:38).

Castoriadis, por su lado, habla de delirio sistemático en relación con la manera como el mundo contemporáneo se representa la técnica: “La pseudo-racionalidad moderna es una de las formas históricas de lo imaginario. (...) el mundo moderno está entregado a un delirio sistemático –del que la automatización de la técnica desencadenada, que no está al servicio de ningún fin asignado, es la forma más inmediatamente perceptible y la más directamente amenazadora” (Castoriadis, 1983: 271).

Así, la fe en el poder de la ciencia y de la tecnología, la creencia en su autonomía, ya sea para suponerle toda clase de bienes y promesas como para suponerle el origen de todos nuestros males,

se ha convertido en un poderoso ingrediente de nuestro imaginario colectivo. Es el primer elemento de lo que llamo **imaginario de Internet**, o, también, **imaginario de las tecnologías de la CMO**.

Este imaginario colectivo, por muy heterogéneos que puedan ser los símbolos y significados que lo componen, goza siempre de una unidad de fondo u horizonte común, es decir: aquella dimensión de nuestra sociedad donde aparece y se articula el conjunto de sentidos y significados que puede vivenciar intersujétivamente un grupo (Tirado, 2001:66).

El imaginario Internet, como toda creación imaginaria, actúa en la práctica y en la cotidianidad aportando sentido al comportamiento humano, a las relaciones sociales y las relaciones de los humanos con los objetos independientemente de su existencia para la 'conciencia' de esta sociedad.

La dimensión *instituida* de la sociedad, dimensión en la que se encarnan simbólica y materialmente todas las significaciones imaginarias, está poblada por objetos, colectivos, proyectos, cuerpos, textos, artefactos, instituciones... Gracias a lo que Castoriadis llama el '*imaginario instituido*', los valores de un grupo o colectivo se representan y se dejan explicar lógicamente, aprehender con conceptos y signos; gracias a él la sociedad se estabiliza con formas que pretenden ser inmunes al tiempo (Tirado, 2001: 66). La idea que pretendo defender aquí es que las tecnologías de la CMO son un componente del imaginario instituido de Internet, son sus objetos, sus juguetes (a la vez, materiales y simbólicos); los usos y apropiaciones que de estas tecnologías realizan, a diario, centenares de miles de individuos (especialistas informáticos o no), en un imparable ir y venir en el seno de estas significaciones imaginarias; son sus encarnaciones, sus objetivaciones. Concretas y diversas.

Pero entonces, podríamos preguntarnos: **¿Se puede interrogar al imaginario instituido? ¿Hablan los objetos técnicos, los artefactos y las tecnologías de la CMO de este imaginario? Y si lo hacen: ¿con qué medios, con qué recursos?**

Para responder a estas preguntas, me inspiraré en los trabajos teóricos realizados por los estudios sociales de la ciencia y de la tecnología. En mi opinión, estos estudios se han convertido en estos últimos años en un marco teórico, conceptual y metodológico alternativo, sugerente y útil, para repensar el análisis de las innovaciones técnicas (aunque admito que las tecnologías de la CMO, o la propia Internet, no se han convertido aún en un foco de atención muy extendido entre sus autores). Con sus innumerables estudios empíricos, han mostrado sobradamente el interés de incorporar el estudio de los artefactos, de las tecnologías de la CMO, en la agenda de objetos de estudio propios de los científicos sociales. Los eternos olvidados de las ciencias sociales, se quejan los sociólogos de la tecnología.

Para poder responder a este segundo bloque de preguntas, antes realizaré un giro en la forma en que usualmente se entiende la relación sociedad/tecnología, para así poder superar su representación más extendida, según la cual se trata de dos esferas de la realidad ontológicamente independientes. Bijker, por ejemplo, argumenta a favor de considerar que tecnología y sociedad se coproducen mutuamente de forma continuada: "No encontramos relaciones técnicas puras ni relaciones sociales o sociabilidad puras. Lo técnico está socialmente construido y lo social está técnicamente construido: cualquier entramado estable permanece unido tanto por medios sociales como técnicos" (Bijker, 1993. Citado en Aibar, 1996:12).

Como sugiere Callon, "los ingenieros que elaboran una nueva tecnología, así como aquellos que participan en una fase u otra de su diseño, desarrollo y difusión, constantemente construyen hipótesis

y formas de argumentación que les empujan al campo del análisis sociológico. Lo quieran o no se transforman en sociólogos, o lo que yo llamo ingenieros-sociólogos” (Callon, 1998: 143).

En este nuevo escenario, trataré de argumentar que los humanos (técnicos/as, científicos/as, usuario/as...) y los no-humanos (artefactos, dispositivos,...) son portadores (fieles o no) del imaginario Internet. En este nuevo contexto, las preguntas que formulaba hace un momento tienen sentido, o un sentido diferente. Los artefactos técnicos, los dispositivos de las técnicas de la CMO, llevan incorporados en su seno, desde el principio, estas significaciones imaginarias.

Proulx, centrándose en las tecnologías que nos ocupan, argumenta en esta dirección cuando señala que:” (...) tout objet ou dispositif technique porterait l’empreinte des rapports sociaux qui le sous-tendent et, en même temps, la dimension technique traverserait de plus largement l’ensemble des formes sociales. Pensons, par exemple, aux inventeurs de la micro-informatique (...) pour qui le micro-ordinateur symbolisait la possibilité d’un nouveau pouvoir populaire (“computer power to the people”)” (Proulx, 2000).

¿Pero cómo nos hablan los dispositivos de las tecnologías de la CMO? Ya hemos argumentado que las significaciones imaginarias y sus encarnaciones –el imaginario instituido- se van construyendo mutuamente, transformándose e, incluso, contradiciéndose. Los humanos, individuos o colectivos, hablan por medio de textos, de discursos, de gestos. Los objetos, lo hacen por medio de lo que Latour llama ‘programas de acción’ o, también de ‘guiones’ (*scripts*).

Los guiones o programas de acción preestructuran los modos de apropiación de sus artefactos y dispositivos –ésta es la misión y deseo de los objetos para con los humanos (individuos, colectivos) - prescribiendo acciones y comportamientos, pero también emociones, afectos. Los guiones construyen para ello contextos deseables de uso: un amplio, variable y adaptable conjunto de aspectos.

“Les objets techniques définissent dans leur configuration une certaine partition du monde physique et social, attribuent des rôles à certains types d’acteurs –humains et non-humains— en excluent d’autres, autorisent certains modes de relation entre ces différents acteurs, etc., de telles sorte qu’ils participent pleinement de la construction d’une culture, au sens anthropologique du terme, en même temps qu’ils deviennent des médiateurs obligés dans toutes les relations que nous entretenons avec le ‘réel’” (Akrich, 1987:49).

Y, por supuesto, estas representaciones son construidas durante el mismo proceso de diseño.

Sin embargo, la fuerza de los guiones no opera obligando al usuario/a siempre y en todo momento, sino que opera por medio de la seducción: atraen hacia sí prometiendo. Como proyecto por realizar, latente, del imaginario de Internet. Y, por supuesto, lo que prometen no es nada más que la representación de los valores asociados al imaginario colectivo de Internet. De otro modo, sus ‘propuestas’ no serían comprensibles. Con el lenguaje de la seducción es como nos comunicamos con los objetos (interficies, aplicativos, etc.), disciplinamos nuestros cuerpos para con ellos, moldeamos nuestras acciones, estrenamos sugerentes vínculos sociales, construimos nuevas y prometedoras comunidades. O, por el contrario, proponemos nuevos programas de acción que buscan transformar, pero también subvertir, su sentido original.

Preguntándonos por cómo hablan los artefactos, hemos llegado al difícil terreno del 'entre', de la relación¹, y, también, al terreno de sus resultados. Nos encontramos, así, en el escenario de la confrontación que se libra cotidianamente entre los usuario/as de Internet y las interfaces de las pantallas de su ordenador. Sólo entonces nos situamos verdaderamente frente a los proyectos realizados, al imaginario instituido, dispuestos para nuevas interpretaciones y usos.

*"(...) tant qu'il ne se présente pas d'acteurs pour incarner les rôles prévus par le concepteur (ou en inventer d'autres), son projet reste à l'état d'utopie: **seule la confrontation réalise ou ir-réalise l'objet technique.** (...) il nous faut sans arrêt effectuer l'aller-retour entre le concepteur et l'utilisateur, entre l'utilisateur-projet du concepteur et l'utilisateur réel, entre le monde inscrit dans l'objet et le monde décrit par son déplacement. Car dans ce jeu incessant de bascule, seuls les rapports nous sont accessibles: ce sont les réactions des utilisateurs qui donnent un contenu au projet du concepteur, de même que l'environnement réel de l'utilisateur est partie spécifiée par l'introduction d'un nouveau dispositif" (Akrich, 1987: 52).*

Para terminar este apartado, quisiera recordar que la historia de la emergencia de las distintas tecnologías de la CMO es particular si la comparamos con otros procesos de creación e innovación técnica. Tendremos ocasión en los apartados siguientes de reseguir su historia y profundizar en ella. Ahora sólo destacaré un aspecto que tiene que ver con lo que vengo comentando: la tensión entre usuario/as y creadores de las tecnologías de la CMO.

*" (...) on ne rencontre pas **la tension habituelle** entre l'imaginaire des concepteurs et celui des utilisateurs, puisqu'il y a identité entre ces deux groupe." (Flichy, 2001: 44).*

Durante sus primeros 20 años de existencia las tecnologías de la CMO se desarrollaron en un contexto muy específico de los EEUU: por un lado, el de la comunidad de investigadores/as informáticos/as (pertenecientes y no pertenecientes a universidades), después, el de la comunidad académica más amplia; por otro lado, algunos núcleos contraculturales y ámbitos comunitarios. En todo caso, y esto es importante, se trata de una suma de proyectos financiados casi exclusivamente por dinero público, en muchos casos impulsados por la iniciativa de algunos jóvenes informáticos, llevándose a cabo fuera de los habituales circuitos del mercado (con muy pequeñas excepciones). De esta manera, durante todo este periodo, sus creadores sólo se ocuparon de desarrollarla en función de sus propios intereses, sin preocuparse por introducir sus proyectos en el mercado. La suma de todas estas circunstancias, explica que aquellos/as que la concibieron fueran ellos/as mismos sus primeros y últimos usuarios/as, y, como señala Flichy, la tensión habitual entre estas dos figuras se diluyese casi completamente. Los nuevos dispositivos y las modificaciones, innovaciones y pequeños descubrimientos que se fueron añadiendo (uso del correo electrónico para fines comunicacionales, por ejemplo) viajaron velozmente por todas estas pequeñas comunidades. En la actualidad, esto ya no es completamente así, progresivamente ambas funciones se han ido separando. Dos razones lo explican: la primera, la entrada masiva de nuevos usuarios/as; la segunda, la apertura al mercado (con excepciones). Hoy, los usuario/as de estas tecnologías ya no somos especialistas en informática, y el mercado de software y hardware es un negocio creciente. Incluso, algunos de los

¹ El concepto de apropiación se refiere al mismo proceso que estoy describiendo. Por ejemplo: "Apropiation is an activity which both actual and potential consumers do. It consists of **imaginative work**: commodities are constructed as objects of desire (or as something they don't want): not only to fulfill specific functions but also as a construction of the desire for difference and social meaning" (Silverstone, Hirsch and Morley, 1992:62-6. Citado en Rommers, 2002: 218).

protagonistas de las primeras innovaciones, que crecieron en este especial contexto, hoy trabajan para empresas o han creado su propio negocio de informática.

Sin embargo, como espero mostrar a continuación, no ha desaparecido del todo el poder de seducción que transmite la historia que acabo de contar. La rapidez y facilidad de imaginar y de crear nuevos dispositivos pero también nuevos usos, y con estos, nuevas formas de tratar la información, nuevas modalidades de comunicación, nuevas formas de ser, nuevos lazos sociales, y con ellos nuevos colectivos (o viejos colectivos mediados ahora por las tecnologías de la CMO). En definitiva, una nueva sociedad.

Tal vez, una de las formas más claras con la que esta promesa toma forma, imaginario instituido, mezcla o híbrido de humanos y de tecnología, sea el de las *comunidades virtuales*. En este componente del imaginario colectivo de Internet centraré el resto de mi exposición.

Las promesas del Imaginario Internet: las comunidades virtuales

El imaginario de las CMO no es un tejido de sentidos, liso, sin rupturas ni fisuras. Al contrario, su fuerza radica justamente en su capacidad de acomodar la diversidad, e, incluso, la contradicción. Encontramos rastros de esta dispersión en los mismos diseños de los dispositivos de CMO de muchos a muchos, en los discursos de sus creadores, en las expectativas de la gente corriente usuario/as de estas tecnologías, en los proyectos exitosos y fracasados de comunidades virtuales, en las imágenes de la publicidad de nuevas aplicaciones, en las guías de divulgación para el uso de Internet, en los debates públicos que tuvieron y tienen lugar en la sociedad y en las publicaciones de los científicos sociales sobre la naturaleza de estas comunidades online. Así, por ejemplo, como señala Flichy, algunos de sus creadores, los universitarios y los hackers, no compartían exactamente la misma representación, y cada uno de estos colectivos construyó sistemas específicos, y estos, a su vez, eran completamente distintos del sistema de comunicación centralizado y jerarquizado que IBM imaginaba en la misma época.

Este imaginario que se fue constituyendo a lo largo de tres décadas no es reducible únicamente al debate formal y organizado. Como intentaré mostrar, se trata más bien de una suma de episodios particulares: mezcla de discurso y tecnología, proyectos, comunidades de investigadores/as académicos/as, hackers, miembros de movimientos contraculturales...

En primer lugar señalaré algunos (en ningún caso se tratará de una exposición exhaustiva, éste es un buen tema para investigaciones en el futuro) de los momentos que considero claves de la historia de las tecnologías de la CMO —concretamente del correo electrónico y de las tecnologías de comunicación electrónica en grupo— para mostrar en qué contexto y de qué manera fueron emergiendo los componentes de lo que llamo el *imaginario comunitario*, o, también, *la promesa de comunidad virtual*. En segundo lugar, intentaré señalar las promesas concretas de este imaginario.

El mundo aparte de los informáticos: las redes-de-especialistas

En este pequeño episodio de la historia de Internet tendré ocasión de mostrar cómo el imaginario fundador de la CMO estuvo en permanente intersección con la realización técnica. A medida que un

proyecto aparecía, se desarrollaba, emergían nuevas potencialidades que se alimentaban de las primeras experiencias, orientando de esta forma futuras elecciones técnicas y los usos de éstas. Se trata, como comenta Flichy, de un círculo virtuoso excepcional entre la elaboración de utopías, el trabajo técnico y la construcción de usos, sólo imaginable en una comunidad relativamente cerrada y homogénea donde encontraba el instrumento de trabajo que necesitaba y que podía ir construyendo en función de sus prácticas.

Una comunidad de científicos: ARPA (Agencia de Proyectos de Investigación Avanzada)

En la década de los 60, en algunas universidades californianas empieza a surgir la idea de una 'red informática'. Bajo este proyecto tecnológico, existe también la voluntad de crear instrumentos comunes para la comunidad de investigadores/as con el fin de compartir sus resultados y posibilitar la cooperación entre ellos. El proceso de esta innovación tenía lugar en el contexto de un nuevo concepto de informática. Concretamente, según J. Licklider, uno de los investigadores psicólogo-fisiólogo que en aquellos años trabajaba con los informáticos en el MIT, se trata del paso de la informática del cálculo a la informática de la comunicación, con lo que: "los ordenadores también son dispositivos de comunicación al mismo tiempo que dispositivos de cálculo" (Flichy, 2001: 47-48).

Paralelamente, corría por aquel entonces un nuevo concepto de organizar el propio trabajo dentro de estas comunidades de innovadores y que trabajaban en un mismo proyecto en aras de una mayor eficacia: potenciar la comunicación horizontal entre pares y abandonar los caducos e ineficaces esquemas de la competición y jerarquía entre investigadores/as. Como se puede leer en uno de los textos fundadores: "esperamos promover el intercambio y la discusión, en detrimento de las proposiciones autoritarias" (citado en Flichy, 2001: 56). Sus elecciones técnicas siguieron estos mismos principios. En este contexto nace en 1969 la red de científicos Arpanet (*Resource Sharing Computer Network*) y, con ella, los *arpanautas*, sus pobladores.

Se trata de una comunidad de iguales donde el estatuto de sus miembros descansa esencialmente sobre el mérito. Sin embargo, y contrariamente a la tradición académica universitaria, esta evaluación es llevada a cabo por los mismos colegas que pondrán a prueba, comentarán y mejorarán las innovaciones. El debate siempre permanece abierto y el argumento de autoridad queda excluido. La autoridad se basa en la excelencia y la veteranía. La información circula libremente bajo la economía del *request for comments* (los *Newsgroups* de la red Usenet funcionan siguiendo la misma lógica). La **cooperación** es lo que mejor define su actividad social y científica, característica que es favorecida y reforzada por la velocidad y transferencia de la información. Desde la informática del *Time Sharing* hasta los miembros de la *Open Source Mouvement*, la cooperación es un rasgo fundamental de su organización social.

El hecho de construir dispositivos sobre los que investigar y que simultáneamente cumplan la función de posibilitar y organizar la misma comunidad de investigadores/as es un aspecto muy significativo de la historia de las tecnologías de la CMO, y un potente componente del imaginario de Internet, como ya comenté en el apartado anterior².

² "On trouve là un phénomène tout à fait particulier qui caractérise ce nouveau média. Non seulement les concepteurs en ont été pendant longtemps les utilisateurs, mais le modèle coopératif à la base de sa conception constituait le contenu même de l'usage" (Flichy, 2001: 60).

La **transferencia de ficheros**, con el objetivo de compartir unos mismos recursos informáticos con los centros de investigación asociados al Arpa, fue la primera aplicación propuesta desde su red. Otra aplicación, el **correo electrónico**, fue puesta a punto informalmente y sin demasiadas expectativas. Sin embargo, los usuarios/as (los mismos investigadores/as) se apropiaron de él rápida e imprevisiblemente. Como comenta un observador de la época: “Uno de los aspectos sorprendentes de la mensajería es su vertiente no planificada, imprevista (...). Simplemente se produjo. Su corta historia se parece más al de un descubrimiento de un fenómeno natural que al de un desarrollo deliberado de una nueva tecnología” (T.S Myer y D. Dodds, 1976. Citado en Flichy, 2001: 58).

El correo electrónico se iría convirtiendo en un instrumento muy eficaz para la comunicación entre investigadores/as que en su mayoría compartían un mismo espacio geográfico. A partir de su experiencia, estos mismos usuarios/as vaticinaron que “Il est maintenant évident pour nous que la messagerie sur réseau informatique peut changer profondément les modes de communication dans tous les secteurs de notre société, le domaine militaire, celui de l’administration civile, et celui de la vie privée” (T.S Myer y D. Dodds, 1976. Citado en Flichy, 2001: 59).

Aunque la red ARPANET estaba compuesta por miembros de una comunidad científica y construida con objetivos científicos³ (tanto para su uso como en su concepción), sus usuarios/as se fueron apropiando de esta nueva modalidad, sobre todo para comunicar entre sí. De esta apropiación para la comunicación (y no para la transmisión de ficheros para la que había sido diseñado) ya se perfiló, como comentan Licklider y Vezza, en 1978, lo que acabarían siendo las características idiosincrásicas del e-mail:

“La plupart des gens ne demandent pas à la messagerie électronique cet aspect formel et cette volonté de perfection qu’ils attendent d’une lettre, probablement parce que le réseau électronique est beaucoup plus rapide, qu’il ressemble au téléphone (...) Mais la messagerie a l’avantage par rapport à ce dernier qu’on peut aborder tout de suite le thème de l’échange sans aucune conversation préalable, qu’on garde en mémoire une copie de l’échange et que l’émetteur et le récepteur n’ont pas besoin d’être là en même temps” (Licklider y Vezza, 1978. Citado en Flichy, 2001: 58).

Paralelamente a la creación de la red ARPANET, en el año 1970 surgió un nuevo experimento de comunicación electrónica en grupo: la **tele conferencia asistida por ordenador** (TCAO). Turroff, junto con otros investigadores/as, publicó un texto a propósito de este dispositivo donde, mucho antes de sus primeros usos, imaginó una consecuencia sorprendente como resultado de su apropiación:

*“Creo que la última posibilidad de conferencia computarizada es proveer un modo para que los grupos humanos ejerzan una capacidad de ‘inteligencia colectiva’. El ordenador como dispositivo que permite a un grupo humano exhibir **inteligencia colectiva** es un concepto relativamente nuevo. (...) En las décadas siguientes, los intentos por diseñar estructuras de conferencias computarizadas que permitirán a un grupo tratar un problema complejo particular con un solo cerebro colectivo, bien pueden abrigar más beneficios para la humanidad que todo el trabajo de inteligencia artificial hasta la fecha”* (Turroff, 1976. Citado en Rheingold, 1996: 153).

³ Sólo he mencionado el uso académico de Arpanet, que fue el principal y el más difundido. También sirvió a los militares: a partir del 75 la red fue dirigida por la *Defense Communications Agency*. En 1982, el 40% de los *sites* eran militares. En 1984, la parte militar fue separada para crear **MILNET** para uso exclusivo militar.

Aunque se tratara aún de un proyecto muy confidencial, M. Turroff publicó, junto a S. Hiltz, un libro inspirado en este nuevo dispositivo que llevaba por título: "The Network-Nation", en el que predijeron que este nuevo medio no estaría limitado a unos pocos laboratorios, que las personas lo usarían para encontrar a otros que compartiesen sus intereses y valores, y que ningún sistema está tan bien adaptado a la comunicación en grupo: "Cuando sistemas como este sean ampliamente usados (...) nos convertiremos en una **nación-red**. Intercambiando importantes volúmenes de informaciones, pero también comunicaciones socio-emocionales con los colegas, amigos o extranjeros que compartan los mismos intereses y se encuentren dispersos por toda la nación" (Hiltz y Turroff, 1978. Citado en Flichy, 2001: 62). Igualmente vaticinaron una amplia lista de prestaciones: educación, management, relaciones familiares, debate político, ciencia y tecnología. Y se adelantaron incluso a los efectos que de su uso surgirían: cambiarían los canales de comunicación dentro de una organización, puesto que se modificarían las estructuras de poder en su seno.

Según Rheingold, la tele-conferencia es 'la animada tatarabuela de todas las comunidades virtuales' y antecede a la WELL en casi una década.

En un artículo de Licklider y Taylor, entonces responsables del departamento de informática del ARPA, introducen la idea de **una comunidad de intereses en línea**⁴:

"ce seront des communautés reposant non pas sur une localisation commune mais sur un intérêt commun (...) l'effet de cet élément sera important, tant sur les individus que sur la société. Tout d'abord les individus en ligne seront plus heureux car les gens avec lesquels ils interagiront le plus fortement auront choisis selon leurs intérêts et leurs objectifs communs, plutôt qu'en fonction des hasards de la proximité géographique. Ensuite, la communication sera plus effective et productive, et donc plus agréable" ("The computer as a communication device", publicado a Science and Technologie, abril, 1968. Citado en Flichy, 2001: 52).

Rheingold, a propósito de esta profecía comenta que "Mis amigos y yo creemos a veces ser parte del futuro con el que Licklider soñaba, y a menudo podemos dar fe de la verdad de su predicción" (Rheingold, 1996: 44).

USENET: una red anárquica.

La red USENET, o la 'pariente pobre de ARPANET' como la llama Flichy, surgió con el mismo objetivo que su antecesora: facilitar la cooperación entre los informáticos. Esta vez, sin embargo, sus miembros eran fundamentalmente estudiantes de los últimos cursos de la carrera, o recién licenciados que no estaban relacionados con el ARPA. Se creó en el año 1979, y se dirigía a una población potencialmente mayor que la del ARPANET: los usuario/as de Unix, un nuevo lenguaje

⁴ Este tipo de organización ha sido equiparado por algunos investigadores/as sociales con los *colegios invisibles*. Un tipo de organización social propia de la comunidad científica, anterior a las tecnologías de la CMO, que se caracteriza por formar redes de especialistas sobre la base de compartir determinados temas de investigación que publican en unas mismas revistas y se encuentran regularmente en conferencias o congresos. Pero también por ser una organización fluida: "these networks come and go as research develops, and topics and techniques emerge and disappear; they overlap, with many scientists engaged, at any one time, in more than one; and their members change over time" (Barnes, B. & Edge, D. 1982:19).

informático cedido gratuitamente a las universidades norteamericanas por los laboratorios de la empresa Bell. Unix era un lenguaje que podía operar sobre diferentes tipos de ordenadores.

Un aspecto a resaltar de la tradición de los investigadores/as y usuario/as de UNIX es el proyecto deliberado de mantener un acceso abierto a toda la información sobre los sistemas de software, hasta tal punto este fue un valor esencial que crearon la *Open Source Mouvement*, la principal corriente de hackers, que se encontraba plenamente identificada con la cultura UNIX. En un sentido restringido, la cultura de los hackers, según Lévy (1997), se refiere al conjunto de valores y creencias que van surgiendo de las redes de programadores interconectados online y que colaboran en proyectos autodefinidos de programación creativa (Castells, 2001: 54). Dos características definen su organización social: por un lado, la **autonomía de los proyectos** frente a las asignaciones institucionales y corporativas (por ejemplo las investigaciones sobre el lenguaje UNIX); por otro, los usos de la conexión en la red como base tecnológica y material de su autonomía institucional (por ejemplo, la red Usenet). El movimiento para el software libre, como práctica deliberada vinculada al movimiento de fuente abierta, procede de los esfuerzos por defender el carácter abierto del código fuente UNIX.

Los miembros de Usenet mandaban sus mensajes a los **grupos de noticias** (*News Groups* por referencia a los *Newsletters*) y no a un individuo, ni tan siquiera a una lista de correo. Se trata de un dossier donde el sistema informático clasifica todos los artículos enviados sobre un particular tema y los envía a las personas inscritas en el grupo. Cualquiera podía, además, comunicarse directa y privadamente con cualquier otro miembro de la red. Se suele usar la palabra 'anarquía' para referirse a la naturaleza de su organización, por carecer de una jerarquía central de control a un nivel político y a un nivel técnico.

Sin embargo, con la llegada de nuevos usuario/as es necesario regular la convivencia, como resultado de la aparición de intervenciones inadaptadas al contexto. Muy pronto se escribe un documento sobre la ética y la etiqueta del correo electrónico: *netiqueta*, o 'etiqueta de la red'. Rápidamente, estas reglas empiezan a circular por la Usenet. Algunos proponen, imitando la tradición bíblica, los diez mandamientos de la ética informática.

Mientras que ARPANET se financió y se desarrolló por la ARPA, con el soporte de un grupo de informáticos, USENET fue una iniciativa autónoma⁵. Se trata de una estructura cooperativa sin financiación institucional. Los administradores del sistema eran informáticos voluntarios que dejaron espacio en los discos duros de sus ordenadores para poder registrar mensajes (*news*) organizando su transferencia por teléfono⁶.

⁵ Tres años después de su creación, la comunidad Usenet creció muy rápidamente, llegando a doblar los *sítes* que tenía Arpanet en la misma época. En el año 1982, las dos redes se conectaron de manera que los miembros de Usenet podían también acceder a los *Newsgroups* que ya existían en Arpanet.

⁶ Algunas máquinas se convirtieron en el esqueleto o armazón (*backbone*) del sistema. Sobre estas máquinas las pequeñas *sítes* podían conectarse para recuperar las *news* a las que estaban abonadas. Los polos importantes del *backbone*, o son universitarios, o dependen de dos empresas que han jugado un papel muy importante en el desarrollo de UNIX: laboratorios Bell y la empresa DEC que vendía a muy buen precio los PCs. La actividad de cada *site* es totalmente dependiente de su propietario, sin acuerdos explícitos sobre su gestión.

Los grupos de noticias eran lugares para el debate. Crecieron rápidamente y sus temas se diversificaron, pasando de temas estrictamente técnicos sobre informática o de la organización misma de la red, a intereses más generales como la ciencia, la ciencia-ficción, bromas y chistes, deportes, debate político, etc. Estas apropiaciones no eran muy distintas de las que fueron objeto las *'mainling list'* de ARPANET, sin embargo, en esta última los temas no profesionales no eran tan abundantes. Probablemente, como comenta Flichy, esto se deba a que planeaba la sombra de los militares.

Otra diferencia entre la red del Arpa y la Usenet es su carácter pretendidamente anárquico y libertario, hasta el punto de que retrospectivamente, Rheingold dijera a propósito de ella, y tal y como se conoce hoy en día, que se trata de “una conversación anárquica, inmortal, resistente a la censura, agresivamente no comercial, vorazmente creciente entre millones de personas en docenas de países —es principalmente un resultado del modo en que el sistema fue diseñado-” (Rheingold, 1996: 158).

En el grupo de noticias llamado *'human-nets'*, por ejemplo, se hablaba de la propia experiencia en la red; concretamente se enuncian ya entonces, a partir de los primeros usos, las **características fundamentales de toda CMO**: “Je sens, dit l'un d'eux, que la communication par ordinateur (celle qui relie des humains à travers des ordinateurs) se situe quelque part entre la communication orale autant en ce qui concerne le style que la saveur. Il y a un climat d'absence de formalités, une circulation orale autant en ce qui concerne le style que la saveur” (Flichy, 2001:68).

En ARPANET, Vinton Cerf se encontraba trabajando desde 1974 en un proyecto de construcción de una arquitectura inter-red, un meta-protocolo que solamente debía encargarse de interconectar redes concebidas siguiendo distintos principios⁷. Este meta-protocolo debería dejar una total libertad a las redes, ocupándose únicamente de sus intercambios. Es lo que hoy conocemos como Internet. En 1983 el sistema ya era operativo.

Lo que hizo posible que Internet se extendiera por todo el mundo fue la World Wide Web, una aplicación para el intercambio de información de cualquier naturaleza (imagen, texto, sonido) desarrollada en 1990, en Ginebra, por Tim Berner-Lee. Su tarea resultó ser la continuación de una larga tradición de ideas y de proyectos técnicos que habían imaginado desde hacia cuatro décadas la posibilidad de conectar fuentes de información mediante ordenadores interactivos (Castells, 2001: 389).

Para terminar con lo que Flichy llama “la república de los informáticos”, los productores y primeros usuario/as de las tecnologías de la CMO, quisiera comentar dos aspectos más.

Los miembros de Arpanet y de Usenet conformaron un mundo a parte, separado del resto de la sociedad. Sus integrantes, en su mayoría jóvenes investigadores/as, hicieron de la innovación, la experimentación y la creatividad en informática el objetivo de su trabajo. Algunos historiadores han usado la mítica ciudad de *Netville*, ejemplo de la mitología de la conquista del Oeste americano, como metáfora para explicar la construcción de este particular mundo. Los habitantes de esta ciudad,

⁷ La idea de base es muy parecida al sistema de transporte de mercancías con contenedores. Todas las cajas son idénticas, lo que puede cambiar es su contenido: texto, sonido, imágenes. El proceso conlleva dos momentos;

1. el TCP: *Transmission Control Protocol*, el encargado de cortar los mensajes en paquetes al inicio, y de reconstruirlos una vez llegados a su destino, de detectar los errores de transmisión y de enviar los elementos que falten.
2. la IP: *Internet (working) Protocol*, el encargado de organizar la circulación de los paquetes proveyendo a cada máquina huésped una dirección que permite organizar la ruta.

durante un largo periodo de tiempo, se encontraron protegidos por la Gran Cordillera que separaba el este conservador del oeste rico en libertades y nuevas oportunidades. De la misma manera, los jóvenes pioneros informáticos sintieron la necesidad de separarse del antiguo y tradicional mundo para poder conquistar la nueva frontera tecnológica. Esta frontera estuvo codificada por reglas que reservaban el uso de la red a ciertos especialistas.

En el futuro, ya no se encuentran ejemplos de equilibrio tan perfecto entre imaginario, técnica y uso. En el mundo de la contra-cultura, el debate técnico será mucho menos intenso. Lo esencial de la innovación recaerá sobre las experiencias de usuarios no especialistas y sus proyectos.

Las redes-populares

El proyecto imaginario de las tecnologías de la CMO no dejó de crecer, en realidad tiene la peculiaridad de crecer con cada nuevo proyecto, y, de este modo, el imaginario comunitario va sumando nuevos ingredientes. Como comenta Castoriadis, siempre nos encontramos en algún punto de un *continuum*, entre la fuerza imaginaria y el imaginario instituido.

Las primeras redes-populares se encuentran en las fronteras del mundo académico, muchas fueron imaginadas y diseñadas por hackers que se pusieron al servicio de proyectos comunitarios surgidos de la sociedad civil. Se trata de experiencias, algunas aún sobreviven hoy, en las que sus principales integrantes o actores no eran expertos programadores, sólo usuario/as de las tecnologías de la CMO.

A continuación, me centraré únicamente en el imaginario comunitario asociado a la apropiación de conferencias o foros electrónicos. No me referiré a otras experiencias comunitarias como los MUDS, los chats o las listas de correo. Algunos de los ingredientes del imaginario que señalaré seguramente son compartidos con el imaginario asociado a otras tecnologías de la CMO de muchos a muchos; otros, sospecho que no. Para ello me basaré, en primer lugar, pero no exclusivamente, en el libro de H. Rheingold que lleva por título: *La comunidades virtual. Una sociedad sin fronteras*.

Las citas que he ido introduciendo a lo largo del apartado anterior corresponden a autores que formaban parte del grupo que concibió, desarrolló y se apropió de las primeras tecnologías de la CMO. Su interés reside en que se trata de discursos cuyos autores no se encontraban *al lado de* las experimentaciones socio-técnicas, sino que *emergían de y formaban parte de* ellas. He mostrado de sus discursos aquellas partes que, en el futuro, actuarían como profecías auto-cumplidoras, efecto que no se debe, por supuesto, a ninguna capacidad de adivinación, sino al poder de seducción que prometían una vez descontextualizadas y dirigidas a una población más amplia. Muchas de estas promesas fueron tomadas literalmente, otras se fueron transformando dando lugar a nuevas profecías. Y así, hasta la actualidad.

De entre sus divulgadores, el periodista H. Rheingold es un caso muy particular. Por un lado, actor y testigo de primera línea de proyectos como WELL, los *News Groups* de Usenet o los BBS; por otro lado, divulgador de los sueños de sus diseñadores/as y primeros actores. Así, gracias a sus diversas publicaciones, y a las repetidas citas que de sus obras encontramos en otras publicaciones, se puede considerar uno de los principales divulgadores del imaginario comunitario. Rheingold fue, además, quien popularizó el término Comunidad Virtual.

Se podría afirmar que el imaginario comunitario tiene dos capas que se entremezclan, como si de una solución líquida homogénea se tratara, donde llegado a su fase más popular y extendida ya no es posible diferenciarlas. Una capa estaría constituida por los mismos actores de los proyectos técnico-

sociales —discursos en primera persona—, y la segunda, constituida por aquellos que desde fuera, no siendo actores de primera línea de las experiencias, hablan de ellas, ya sea para observarlas, estudiarlas, criticarlas, retomarlas o reforzarlas. Flichy explica por ejemplo, cómo en cuanto empiezan a aparecer en el mercado las primeras guías sobre Internet (su estudio se refiere sólo al mercado de los EEUU), éstas contenían casi siempre, junto con las descripciones más técnicas, algún párrafo señalando las promesas de éstas. Según su estudio, proporcionaron a sus lectores una imagen bastante coherente de Internet. Flichy sostiene que, a su manera, y con sus intereses claramente comerciales, colaboraron igualmente a crear el imaginario Internet.

Sin embargo, el primer libro de divulgación que se publica sobre Internet sin finalidades prácticas es el libro de Rheingold. En su introducción, éste explicita claramente su proyecto: “he escrito este libro para ayudar a informar a una población más amplia acerca de la importancia del espacio cibernético para las libertades políticas y los modos en que es probable que las comunidades virtuales modifiquen nuestra experiencia del mundo real, como individuos y como comunidades” (Rheingold, 1996:19).

Las promesas del imaginario comunitario.

Resolver la tensión local-global

A simple vista, las primeras redes comunitarias tenían una **identidad local**. Esto era evidente en los proyectos de desarrollo local, me estoy refiriendo a las experiencias de los BBS⁸. Su objetivo explícito era la creación de una red local (municipio, región) para reforzar los lazos comunitarios y, también, para crear nuevos proyectos comunitarios que uniesen personas de una misma región (escuelas, grupos de mujeres, los ‘sin techo’, etc.). Sin embargo, lo local -eje fundamental del imaginario de estas experiencias— no se contradecía con una voluntad de conectarse globalmente. Como lo expresa un texto programático del proyecto Fidonet: “la progresión de los EEUU hacia una edad de la información equitativa no será medida por el número de personas que podremos convertir en dependientes de Internet, sino, al contrario, por el número de sistemas locales, para satisfacer necesidades globales...” (Citado en Flichy, 2001:101). No debemos olvidar que su carácter local también venía definido por constreñimientos técnicos y económicos: todas usaron la red telefónica que en los EEUU es gratuita para las llamadas locales.

Por otro lado, la red WELL —el proyecto de red-popular que se ha convertido en el modelo de toda comunidad virtual gracias a la gran cantidad de literatura académica y de divulgación que ha suscitado— también comportaba un elemento local: su fuerte compromiso con el movimiento contracultural de los años 60, claramente ubicado en la región de la Bahía de San Francisco. Esta doble identidad local, sin embargo, no impidió unos años después de su gestación la conexión con Internet. En ambos casos, la conexión con el exterior, que al principio era un elemento

⁸ *La CommuniTree*, en Santa Cruz, California, creada en 1978, fue la primera experiencia de este tipo. Le siguieron muchas otras: *Cheveland Free Net* (centrada en la educación sanitaria pública del hospital de Silicon), *Big Sky Telegraph* (una cooperativa regional); *PEN* (proyecto municipal del ayuntamiento de Santa Mónica, California.), etc.

complementario a la comunicación local, en opinión de algunos observadores, se convierte en una de las razones principales de los usuario/as de entrar a formar parte de las redes locales.

Podríamos preguntarnos si cabe deducir de esto que disminuye la atracción hacia lo local. O, al contrario, que los ejemplos de las redes de los primeros creadores y usuario/as, y después de las redes académicas, presentándose como ejemplos de comunidades globales y virtuales como ejemplo de comunicación con voluntad planetaria conviven apaciblemente con los proyectos con clara voluntad local.

Si leemos atentamente a Rheingold, la respuesta a esta pregunta toma una dirección distinta. El imaginario comunitario se ancla en un concepto de **lugar** que no pertenece exactamente a ninguna de las dos modalidades. O, tal vez, sí, si consideramos que su origen imaginario debemos buscarlo en la metáfora de la *Network Nation*.

El objetivo de la Well no era copiar o recrear virtualmente las comunidades de los sesenta, sino construir un nuevo espacio público como señala M. McClure, su primer director. Este proyecto ya estaba presente en el libro de Hiltz y Turroff sobre las conferencias electrónicas. Pero no sólo los creadores sueñan con crear un espacio público nuevo, también sus participantes imaginan y viven la Well como un espacio público diferente. Así, según uno de sus actores más conocidos:

“El modelo arquitectónico de la WELL puede ayudarle a crear un modelo mental de esos espacios dentro de otros espacios. (...) el edificio es el sistema de conferencias” (Rheingold: 89). Y añade: En las comunidades tradicionales, la gente tiene un modelo mental fuertemente compartido del sentido del lugar la habitación, el pueblo o la ciudad donde se producen sus interacciones. En las cv, el sentido del lugar exige un acto de imaginación individual” (:91). Y también: “las conversaciones de las conferencias computarizadas son diálogos que están situados en un lugar y un tiempo específicos (el sistema de conferencias, la conferencia, el tópico). El lugar es cognitivo y social, no un lugar geográfico. La WELL es una clase de lugar para aquellos que vienen a él, y dentro de la WELL, la conferencia de noticias, el tópico de Expertos de la WELL tiene su propio sabor, su propio reparto de personajes, sus propias normas, sus propios ritmos” (Rheingold, 1996: 88).

Concluye diciendo: “He cambiado de opinión acerca de muchos aspectos de la WELL, a través de los Años, pero el sentido de lugar sigue siendo tan fuerte como siempre” (Rheingold, 1996: 44).

El imaginario comunitario resuelve la tensión local-global inventando un lugar. Como apunta M. A. Smith (2003), uno de sus observadores, las comunidades virtuales exigen un acto de imaginación y lo que hay que imaginar es la misma idea de comunidad. Volveré sobre este tema. Ahora sigo avanzando en la búsqueda de metáforas que nos permiten acceder al imaginario comunitario.

Crear y formar parte de mentes grupales populares

La recurrente metáfora de **mente grupal** (adaptación popularizada de la de *inteligencia colectiva*) señala varias cosas al mismo tiempo: un tipo de sociabilidad, aquello que la hace posible y que es su producto a la vez y, también, su espacio de emergencia y de estabilización.

Recordaré que Turroff predijo el surgimiento de inteligencias colectivas como resultado del uso de las conferencias electrónicas. Según él, esta tecnología de la CMO de muchos a muchos permitiría a un grupo trabajar sobre un tema o problema, como si de un cerebro colectivo se tratara. Rheingold,

cuando narra sus experiencias como usuario/a de estas conferencias utiliza la misma idea: “Cuando se crea un pizarrón público, se hace que todos sean editores o emisores de textos. Cuando se empieza a ordenar los mensajes, uno se introduce en el territorio de la **mente grupal**, porque lo que se está estructurando es una memoria colectiva para que muchas personas se comuniquen con muchas otras” (Rheingold, 1996:152). Siguiendo en esta misma línea metafórica, refiriéndose a la WELL explica como “la sensación de intervenir en este **organismo multicerebral de experticidad colectiva** me recuerda la experiencia de conversión que los pioneros de ARPA describen cuando recuerdan sus primeros encuentros con los ordenadores interactivos” (Rheingold, 1996:149).

Queda claro que la mediación tecnológica es la primera condición de posibilidad de la inteligencia grupal; sin embargo, hace falta algo más. En efecto, el imaginario comunitario nos provee de dos gradientes complementarios: por un lado, una *economía del intercambio* que será la encargada de gestionar las relaciones sociales entre humanos y, por otro lado, el objeto del intercambio: *la información*. Es decir, el objeto encargado de trazar entre los usuario/as las relaciones cuya red formará la mente colectiva.

La economía del intercambio es una economía de obsequios, versión popular del *request for comments* de Arpanet. Veamos como lo describe y explica de nuevo Rheingold:

*(...) la organización que estoy describiendo se parece más a un tipo de **economía de obsequios** en la que la gente hace cosas para los demás **por el espíritu de crear algo entre ellos**, que por un quid pro quo calculado en una plantilla electrónica”* (Rheingold, 1996: 86).

El sistema funciona como sigue:

“Un sociólogo diría que mi colaboración percibida aumentó mi acervo de capital social. Puedo aumentar su capital de conocimientos y mi capital social al mismo tiempo diciéndole algo que necesita saber y podría disminuir el monto de mi capital en la estima de los demás si transgrediese las normas sociales del grupo” (Rheingold, 1996: 86).

La economía de los obsequios es la metáfora particular del imaginario comunitario del estilo sobre el que se sostenía la actividad social y científica de Arpanet y Usenet. Recuerdo que se trataba de una organización cooperativa e informal que tenía como objetivo crear y compartir el conocimiento producido gracias a esta organización.

El objeto encargado de trazar las relaciones y de tejer el colectivo objeto del intercambio es la información, la información digitalizada (imágenes, texto, sonido), de cuyo movimiento y como resultado de su circulación y acumulación en las redes digitales se transforma en conocimiento. La economía del intercambio se ve favorecida por la velocidad de circulación de la información, valor tecnológico-social siempre en alza en las redes. Sin embargo:

“Los aspectos técnicos de las CMC, de cómo los bits de datos del ordenador se trasladan por los cables y se vuelven a ensamblar como archivos del ordenador en su lugar de destino, son invisibles e irrelevantes para la mayor parte de la gente que los usa, excepto cuando los aspectos técnicos les restringen el acceso a los servicios de la CMC” (Rheingold, 1996: 20).

La información posee una cara pública, visible y reconocible para los no iniciados en los entresijos de la informática, más allá de los bits electrónicos cuya existencia los usuario/as ignoran. Esta cara transparente son los **temas**. La circulación de los individuos por las conferencias online se organiza a partir de ellos. Su localización, incluso su existencia, depende de su tema. Una característica de las

conferencias electrónicas es que se trata de un sistema en el que los mensajes no se dirigen a personas, sino a temas y a subtemas.

*“La esencia de las CMC como medio de comunicación humano es su capacidad de comunicación de muchos a muchos. La idea de la conferencia computarizada surgió del trabajo que Engelbart y otros estuvieron haciendo para fabricar las primeras herramientas computarizadas de apoyo al pensamiento. La capacidad de cualquier grupo para pensar juntos durante un periodo de tiempo acerca de una cantidad de **tópicos claros y focalizados**, fue la primera de varias aplicaciones importantes de las comunicaciones de muchos a muchos en ser utilizada”* (Rheingold, 1996: 147).

La información es un mediador de la comunidad. Las mentes grupales se van generando a medida que circula la información. De su almacenamiento, espacio que surge de su pasar entre los humanos, brota el conocimiento.

*“Cuando hay sistemas de indexación y de búsqueda integrados, las conferencias electrónicas, en las que se registran todas las contribuciones, funcionan como **memorias del grupo**”* (Lévy, 1997: 78).

El imaginario comunitario dispone de un completo arsenal metafórico para referirse a estos almacenamientos de conocimiento: bibliotecas, enciclopedias.... De nuevo aparece el tema del lugar: “una cv es como una enciclopedia viviente” que “permite acceder de manera más amplia a la sabiduría popular”. O también: “(...) la conferencia de noticias puede parecerse mucho más a una combinación de **mercado intelectual** y **salón de juegos de la mente**⁹” (Rheingold, 1996: 82).

Experimentar nuestra hiper-humanidad

La atracción que sobre los humanos ejerce las tecnologías de la CMO, sin embargo, deberá sostenerse sobre algo que a ellos les permita reconocerse a sí mismos como humanos, distanciándose y diferenciándose de los artefactos. Porque, ¿qué son, al fin y al cabo, las comunidades que emergen de las redes telemáticas sino grupos, colectivos de humanos?

*“Las cv son **agregados sociales** que surgen de la red cuando una cantidad suficiente de gente lleva a cabo estas discusiones públicas durante un tiempo suficiente, con **suficientes sentimientos humanos** como para formar **redes de relaciones personales** en el espacio cibernético”* (Rheingold, 1996: 20).

La comunión intelectual va de *soi* para las tecnologías de la información. Sin embargo, que las tecnologías de la CMO permitan el surgimiento de lazos fuertes, de vínculos duraderos había que

⁹ La fuente de las informaciones que se encuentran en las BBS, al contrario de lo que sucedía en la WELL, no son los mismos usuario/as. Como recuerda Flichy, es “como en las bibliotecas públicas que son autónomas respecto de sus lectores. No estamos frente a una lógica de la comunicación sino de la educación. (...) La información pública se encuentra en las BBS. Igualmente, se encuentra la idea según la cual, esta información pública es un instrumento de la identidad comunitaria. Como expresa un articulista a este propósito en la misma época: “De la misma manera que una biblioteca forma parte del paisaje urbano (...) de la misma manera creemos que una biblioteca en red debería sostener la identidad de la comunidad, proponiendo un estilo específico, salas de reunión en red y una presencia comunitaria” (Flichy, 2001: 101).

experimentarlo primero. Y así fue. Sólo hace falta recordar la sorpresa ante los nuevos e inesperados usos de que fueron objeto los grupos de discusión en ARPANET y en USENET, o la misma historia del correo electrónico. La CMO servía, también, para acercar a las personas entre sí más allá de las fronteras del tiempo y del espacio.

El imaginario comunitario se alimentó rápidamente de estas nuevas experiencias, convirtiendo la comunión humana en uno de sus estandartes más seductores. Y así, la definición de comunidad de intereses de Licklider y Taylor empezó a convivir pacíficamente con la definición de comunidad virtual centrada en los afectos, en la comunión.

“La gente que integra las comunidades virtuales utiliza las palabras que aparecen en la pantalla para intercambiar gentilezas y para discutir, para enfrascarse en un discurso intelectual, realizar transacciones comerciales, intercambiar información, brindar apoyo emocional, hacer planes (...); enamorarse o flirtear, hacer amigos y amigas; perderlos; jugar (...). La gente en las comunidades virtuales hace prácticamente todo lo que hace la gente en la vida real, pero dejando atrás los cuerpos” (Rheingold, 1996: 17-18).

“La experiencia tiene que ver con el modo en que los grupos de personas usan las CMC para redescubrir el poder de la cooperación, haciendo de ésta un juego, un modo de vida: una fusión de capital de conocimiento, capital social y comunión” (Rheingold, 1996: 149).

Así, la charla y el chismorreio, práctica social convencionalmente asociada en nuestras sociedades modernas como no productiva, pero propiamente humana (asociada a lo femenino y a lo afectivo), fue apoderándose de las conferencias electrónicas convirtiéndose en el instrumento para esta nueva y recién estrenada comunidad.

“En un cv, la charla hueca es definitoria del contexto. La charla hueca es donde la gente se entería de la clase de persona que usted es, por qué es de fiar o no, lo que le interesa. El ágora (...) era algo más que el lugar en el que se concretaban las transacciones; era también el lugar en el que la gente se reunía y se evaluaba mutuamente. Es donde corría la voz de los que transgredían las normas o rompían contratos. Los mercados y los chismes están histórica e inextricablemente conectados” (Rheingold, 1996: 87).

Y con esta práctica surge de nuevo el lugar y una nueva economía del obsequio al estilo de la letra de la canción de los Beatles: “la cantidad de amor que obtienes equivale a la cantidad de amor que entregas”. Cuantos más sentimientos inviertas en tu comunidad, mayor será el beneficio afectivo obtenido.

¿Pero cómo convencer de ello? ¿Cómo neutralizar la mediación técnica? ¿Por medio de qué recursos discursivos seducir con lo humano? La respuesta la encontramos en la aparición de episodios, de anécdotas, de pequeñas historias humanas, llenas de afecto, de pasión, de encuentros y desencuentros; muertes y suicidios. Y así: *la historia de Casey, la experiencia de Weise, la saga de Elly o la muerte de Blair* a propósito de la que J. Barlow (en Rheingold, 1996: 133) escribió: “no se es una comunidad verdadera hasta que no se tiene un funeral.” Todas ellas circulan, no sólo en el libro de Rheingold, también en los estudios realizados por los científicos sociales que las observaron, circulan por toda la red, de ‘pantalla en pantalla’, recordándonos que somos humanos, que las tecnologías de la CMO no pueden con nosotros. Se convierten en mito (en el sentido de Barthes): historias particulares con nombres propios, devienen relato que muestran que es posible construir un

nuevo vínculo social, crear relaciones íntimas entre desconocidos. Si sucedió, es que pueden seguir ocurriendo.

Humano pero sin cuerpo. Cómo congeniar de nuevo este dualismo. El imaginario comunitario fascina por su **hiper-humanidad**. Desapareciendo el cuerpo, nos dice, nos volvemos más humanos. Una nueva promesa: al no poder juzgar la apariencia física, las personas seremos apreciadas por el mérito de nuestras ideas y no por el sexo, la raza, la clase o la edad. Cuando los científicos sociales que observan los foros electrónicos repiten hasta la saciedad que esto no es así, que el género se reproduce de forma aún más estereotipada online que en la 'vida real', no hacen más que corroborar el imaginario. Y si no, ¿por qué invertir tantas páginas en negarlo?

Otro frente se abre. No hay descanso para el trabajo imaginario. Cómo neutralizar la facilidad con la que abandonamos la comunidad. Con un simple 'click', nos esfumamos: no más compromisos. Tomado por su lado positivo, este mismo 'click' nos abre un nuevo foro, un nuevo lugar. Encontramos un ingrediente básico del imaginario Internet, herencia directa de sus creadores. Pero para el imaginario comunitario ¿es esta posibilidad de la técnica una contradicción? Comunidad y libertad, dos fuerzas contrapuestas e igualmente poderosas, dos valores, imprescindibles, aparentemente incompatibles y sujetos a una tensión difícil de aplacar, nos recuerda Bauman (2003). El imaginario comunitario los acoge a los dos. ¿No es libre un imaginario para imaginar?

La clave está en lo que Castells llama '*interconexión dirigida*', es decir, "la capacidad de cualquiera de encontrar su propio destino en la red, y en el caso de no encontrarlo, crear su propia información con lo que suscita la aparición de una nueva red" (Castells: 2001: 67). La inter-conectividad electrónica, característica de las tecnologías de la CMO, se transforma así en conectividad *a la carta*, deviene así una promesa de auto-gestión, de libertad individual. Sólo un compromiso más, sin embargo, insalvable. Condición última y primera: no apagar el ordenador, no abandonar la red. Cambia de foro, construye uno nuevo, invéntate un tema.... Pero no te vayas.

Adelantarnos al destino

Las comunidades virtuales exigen un acto de imaginación, y lo que hay que imaginar es la misma idea de comunidad, decía al comentar la tensión local-global. ¿Imaginar o descubrir? ¿Descubrir o adelantarnos al destino? Volvamos al lugar. Esta vez, las metáforas dominantes para su emergencia son otras.

"Desde la WELL a la conversación más grande del mundo, a los alcances del reino salvaje de los BBS, el universo de las comunidades virtuales parece hacerse cada vez más grande a medida que nuestra propia imaginación se estira para acomodar el conocimiento de lo que está pasando justo en este mismo momento. Descubrir la existencia y profundidad de esta cultura de escala mundial es un poco como descubrir un continente previamente desconocido, apiñado de formas de vida no familiares" (Rheingold, 1996:189).

Encontramos un ingrediente conocido: el **descubrimiento**. Este lugar imaginario es, a su vez, objeto de un descubrimiento. Recordemos por un momento la misión de los primeros pioneros de Arpanet y Usenet: conquistar la nueva frontera informática.

Misión de la segunda ola de pioneros: construir un nuevo mundo, mundo ya imaginado por los primeros en llegar. De nuevo aparece la idea de conquista, pero esta vez se trata de tierras vírgenes, inexploradas, listas para ser pobladas, colonizadas por los nuevos colonos. Y junto a ella, la metáfora

de la frontera: “hacer de la frontera un valor, significa igualmente escoger la movilidad y el cambio respecto de la estabilidad. El ciberespacio constituye evidentemente esta nueva frontera virtual donde los internautas podrán instalarse. Mientras esto ocurre, los hackers y los cow-boys de Gibson ya viven en ella con toda libertad” (Flichy, 2001: 83). Flichy comenta con relación a esta metáfora que numerosos rasgos del imaginario de Internet son americanos.

La introducción del libro de Rheingold, un pionero afortunado, podría pasar por los fragmentos del diario de un explorador de un nuevo mundo: “Espero que mis informes provenientes de los puestos de avanzada y de los centros de operaciones de este nuevo tipo de espacio social” ayuden, dice, “tanto a mis compañeros exploradores (...) como aquellos que nunca habían oído hablar de él”. Y en su narración, como es de esperar, pululan las historias de tierras recién colonizadas. Como todos los nuevos mundos, éstos exigen entusiasmo:

“La primera en propiciar su propia cultura, fue la SF-LOVERS (amantes de la ciencia-ficción), una lista de investigadores/as del ARPA que querían participar en discusiones públicas acerca de la ciencia ficción” (Rheingold, 1996: 108).

Entusiasmo, sí, pero también regulación. ¿Qué mejor define una nueva sociedad que su etiqueta? Recordemos un momento el sentido etimológico del neologismo **netiqueta**: si se conoce la etiqueta de una determinada sociedad, se posee el *tiquet* para penetrar en ella. Con la netiqueta se protege el nuevo mundo de los nuevos colonos (re)forzando su identificación con los primeros habitantes: debate armonioso, controversia mesurada, búsqueda de consenso, respeto mutuo, economía de la donación, intercambio cooperativo... Como si de un ritual se tratara, será recordada regularmente en la entrada de cada foro electrónico creando de esta manera el sentimiento de pertenencia a este recién estrenado mundo. Sin embargo, como podría deducirse del sentido de *tiquet* sobre el que se construye, no se trata únicamente de un nuevo tratado de ‘*savoir faire*’, actúa como un potente instrumento para la creación simbólica de La Comunidad Virtual: suma y esencia de todas sus particularidades.

Volvamos al viaje, al camino y recorrido que nos prometen las tecnologías de la CMO de muchos a muchos. Hablaba hace un momento de movilidad y cambio, sentido asociado a la metáfora de la frontera. Y junto a esta, otra poderosa metáfora que redundo en el movimiento pero, esta vez, nos emplaza en el futuro, y a su inexorabilidad.

El conjunto de promesas del imaginario Internet, se concreta o representa mediante una imagen muy concreta. La red y su cortejo de metáforas se encuentran en el corazón mismo del imaginario comunitario: malla que cose lo local con lo global, conjunto y trabazón de mentes populares, lazos que unen lo humano entre sí, bits de datos que circulan por sus cables, memorias como nudos estables, lugares que emergen de y como consecuencia de la malla... La red es **lugar de paso, de movimiento, de circulación**. Sólo un fallo interrumpirá la circulación localmente sin que esto afecte sin embargo al resto de sus nodos.

Pero también los tejidos son símbolos del **devenir**, nos recuerda G. Durand (1969). La red, reserva sin fondo de metáforas para anunciar nuevos mundos, el paso hacia el futuro, nos recuerda Musso (2000). La red es lugar de pasaje y de transición, pero también mensaje y promesa de futuro y, también de destino.

“Cada una de las pequeñas colonias de microorganismos –las comunidades de la Red– es un experimento social que nadie planeó pero que no obstante se está produciendo” (21).(...)

Mi observación directa del comportamiento en línea en todo el mundo durante los últimos diez años me ha llevado a la conclusión de que cuando la tecnología CMC se hace accesible a la gente en cualquier pare, ésta la utiliza para construir, inevitablemente, comunidades virtuales, del mismo modo en que los microorganismos crean colonias de forma inevitable” (Rheingold, 1996: 21).

Las redes telemáticas devienen incesantes objetos de apropiaciones creativas, nos recuerda la historia de las tecnologías de la CMO de grupo. Esta potencialidad, ya lo he comentado, contiene una gran dosis de seducción: por una parte el hechizo que ejerce sentirse protagonista en la construcción de algo nuevo. La ilusión. Protagonistas relativos, sin embargo, puesto que los individuos somos sustituibles mientras que los flujos no, siempre y cuando éstos no se cortocircuiten. Por otra parte, parece que siempre hubiésemos estado aquí. Que siempre hubiésemos tendido a estar aquí. Inexorabilidad de nuestro destino. Con esta doble seducción, la red promete unir nuestro presente al futuro gracias a la incesante circulación por sus redes.

“Le symbolique du réticulaire puise toujours à un fond mythologique récurrent, indiquant le Destin” (Musso, 2000: 51).

El imaginario comunitario, despliega como última y gran promesa la experiencia en el presente de nuestro destino colectivo, avanzándonos en el tiempo, convirtiéndonos en sus primeros colonos. Pero esto no sería posible, la conquista de este nuevo mundo —la sociedad de la información— si no se presentara como inexorable. Sólo es cuestión de tiempo. Y, como nos informa Rheingold desde *los puestos de avanzada* sólo podemos parar su inexorabilidad cortocircuitando los vínculos que enlazan nuestro presente con el futuro.

Cierre

En las páginas anteriores he dejado que el imaginario comunitario hablase por sí mismo y, más concretamente, centrándome en lo que considero que son sus promesas más sugerentes. Ya comenté al inicio, que de ninguna manera he agotado todo su fondo imaginario. Ahora sólo quisiera argumentar brevemente a favor de que los científicos sociales nos detengamos a escuchar sus promesas como ejercicio previo a nuestras investigaciones sobre apropiaciones de las tecnologías de la CMO de muchos a muchos.

Espero haber mostrado que el imaginario comunitario está jugando un papel central en el modo como nuestras sociedades, en la actualidad, se imaginan a ellas mismas. Se trata de una propuesta dinámica, pozo de metáforas e imágenes, que nuestras sociedades han inventado para responder a sus necesidades con nuevas necesidades. Todas estas significaciones imaginarias que seleccionan o desechan, valoran o desvaloran, un conjunto amplio de elementos (cuerpo, localidad, conocimiento, dispositivos, etc.) señalan lo que Castoriadis llama orientación de nuestra sociedad.

No obstante, sospecho, que buena parte de las discusiones actuales sobre el fenómeno de las comunidades virtuales en el seno de las investigaciones sociales se sitúa en algún momento de un ‘diálogo de sordos’ con el imaginario. Y, sin embargo, dejar hablar al imaginario colectivo, a mi modo de ver, es necesario para estudiar y comprender las apropiaciones comunitarias de las que son objeto las tecnologías de la CMO. Como ya argumenté en el primer apartado, nuestra relación con estos dispositivos no es más directa, ni más inmediata, que la que mantenemos con los humanos: es a la

vez práctica y simbólica. En este sentido, los proyectos comunitarios en línea son el resultado por un lado, de aquello que los dispositivos de la CMO como imaginario instituido nos prometen, y por otro lado, de la resignificación creativa que de éste hacen los usuario/as. De esta manera, durante este proceso dialógico, tecnología y usuario/a se transforman mutuamente dando lugar a nuevos proyectos comunitarios en línea, al imaginario instituido. Y así sucesivamente.

El imaginario comunitario constituye el contexto de acción de los usuario/as con las tecnologías (generando expectativas y aportando sentido a sus apropiaciones) y, por lo tanto, el marco de interpretación para el científico social (al verse obligado/a a responder a sus retos). O mejor dicho, el punto de mira de los investigador/ases y teóricos sociales que nos interesamos por las comunidades virtuales debería ser este diálogo que, cotidianamente, los internautas libran con los dispositivos de la CMO de muchos a muchos, el imaginario instituido.

Bibliografía

- Aibar, E. (1996). La vida social de las máquinas: orígenes, desarrollo y perspectivas actuales en la sociología de la tecnología. *Reis*, 76, 141-170.
- Aibar, E. (2002). Contra el fatalismo tecnocientífico. *Archipiélago*, 53, 37-42.
- Akrich, M (1987). Comment décrire les objets techniques? *Techniques et culture*, 9, 49-64.
- Bauman, Z. (2003). *Comunidad. En busca de seguridad en un mundo hostil*. Madrid: Siglo XXI.
- Barnes, B. & Edge, D. (1982). *Science in context. Readings in the sociology of science*. London: Open University Press.
- Callon, M. (1998). El proceso de construcción de la sociedad. El estudio de la tecnología como herramienta para el análisis sociológico. En M. Doménech. y F. Tirado. (Comp.), *Sociología simétrica. Ensayos sobre ciencia, tecnología y sociedad* (pp.143-170). Barcelona: Gedisa.
- Castells, M. (2001). *La Galaxia Internet. Reflexions sobre Internet, empresa i societat*. Barcelona: Ediuoc, Proa.
- Castoriadis, C. (1983). *La institución imaginaria de la sociedad*. Barcelona: Tusquets.
- Durand, G. (1969). *Les structures antropológicas de l'imaginaire* (10ªed.). Paris: Dunod.
- Flichy, P. (2001). *L'imaginaire d'Internet*. Paris: Édition la Découverte.
- Lévy, P. (1997). *La cibercultura, el segon diluvi?* Barcelona: Ediuoc, Proa.
- Musso, P. (2000). Le cyberspace, figure de l'utopie technologique réticulaire. *Sociologie et Société*, 32(2).31-56.
- Proulx, S. (2000). *La construction des objets informationnels: matériaux pour une ethnographie des usages*. Disponible en red: <http://barthes.ens.fr/atelier/articles/proulx.2000.html>
- Rheingold, H. (1996). *La comunidad virtual. Una sociedad sin fronteras*. Barcelona: Gedisa. 1994.

- Rommers, E. (2002). *Gender Scripts and the Internet*. Enscheder, Netherlands: Twente University Press.
- Smith, M.A. (2003). La multitud invisible en el ciberespacio. El mapeado de la estructura social de Usenet. En M.A. Smith y P. Kollock (Ed), *Comunidades en el ciberespacio*. Barcelona: Editorial UOC. 1999.
- Tirado, F. (2001). *Los objetos y el acontecimiento: teoría de la socialidad mínima*. Tesis Doctoral. Departament de Psicologia de la Salut i de Psicologia Social. UAB)

Historia editorial

Recibido 12/01/04

Aceptación definitiva 15/03/04

Formato de citación

- Vayreda, A. (2004). Las promesas del imaginario Internet: las comunidades virtuales. *Athenea Digital*, 5. Primavera 2004. Disponible en <http://antalya.uab.es/athenea/num5/vayreda.pdf>